

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dunia perbankan saat ini mengalami persaingan yang sangat ketat. Dalam menghadapi persaingan tersebut, perbankan terus melakukan peningkatan pelayanan, kualitas tenaga penjual, maupun produk yang ditawarkan terhadap calon nasabah baik berupa penambahan produk baru ataupun inovasi-inovasi produk yang sudah ada. Perbankan harus lebih sigap dan mampu untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif agar bisa bertahan. Setiap bank berlomba lomba untuk meningkatkan jumlah nasabah sesuai dengan target yang ditetapkan. Berbagai upaya dilakukan agar produk jasa perbankan masing-masing bisa dikenal masyarakat sehingga masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan untuk meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK).

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan berupa giro, tabungan dan deposito. Selain itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkan. Pasal 1 ayat (2) UU Perbankan No.10 Tahun 1998, menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Oleh sebab itu, tidak mengherankan jika aktifitas utama perbankan adalah menghimpun, mengumpulkan atau mencari dana dengan cara menarik dari masyarakat.

Salah satu fenomena ekonomi yang terlihat mendesak untuk ditanggulangi adalah interaksi umat Islam dengan bank. Bank-bank dan koperasi konvensional yang ada sekarang ini menawarkan sistem bunga, yang dalam Islam identik dengan riba. Islam melarang adanya riba, dan setiap pelanggaran atas ketentuan ini merupakan perbuatan dosa kepada Tuhan. Oleh karena itu diperlukan lembaga-lembaga perbankan Islam yang bebas dari praktek riba, sehingga umat Islam dapat menyalurkan investasi sesuai aturan Tuhan (syariah).

Seperti sekarang ini Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) atau sebelumnya disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) terlahir dari Baitul Maal wat Tamwil (BMT) yang hadir di era 1990-an sebagai lembaga swadaya masyarakat (non formal) di bidang keuangan mikro syariah, yang saat ini keberadaannya semakin dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Ketangguhan BMT dalam mengatasi krisis yang terjadi tahun 1998 membuat BMT semakin diminati dan berkembang semakin pesat.

Lembaga keuangan Syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip Syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk mampu tumbuh dan berkembang. Hampir semua BMT yang ada memilih koperasi sebagai badan hukum, atau dipakai sebagai konsep pengorganisasiannya. Sebagai Baitul Tamwil, BMT mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan pengusaha kecil bawah dan kecildengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonomi dan BMT berfungsi sebagai suatu lembaga keuangan Syariah.

Kesempatan ini juga tidak begitu dilewatkan oleh salah satunya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) seperti Surya Sekawan Kudus berdiri dari tahun 1999 dengan SK 048/BH/KWK.11.10/IV/1999 untuk ikut

serta dalam bersaing. Pada tahun 2018 pendapatan KSPPS Surya Sekawan Kudus sebagai berikut :

**Tabel 1.1:**  
**Pendapatan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)**  
**Surya Sekawan Kudus 2018**

BULAN	TARGET	REALITA
JANUARI	100%	108%
FEBRUARI	100%	96%
MARET	100%	101%
APRIL	100%	65%
MEI	100%	135%
JUNI	100%	74%
JULI	100%	121%
AGUSTUS	100%	72%
SEPTEMBER	100%	124%
OKTOBER	100%	113%
NOPEMBER	100%	66%
DESEMBER	100%	47%
RATA-RATA	100%	94%

Data : KSPPS Surya Sekawan Kudus (2019)

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa pendapatan KSPPS Surya Sekawan Kudus mengalami pertumbuhan fluktuatif dan jumlah di tahun 2018 belum mampu memenuhi target perusahaan yaitu hanya mencapai 94%. Fenomena ini mengindikasikan bahwa adanya kinerja tenaga penjual yang kurang maksimal ditandai dengan tidak tercapainya target yang telah ditetapkan.

Tenaga penjual merupakan pihak yang berhubungan langsung dengan nasabah dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam hal ini tenaga penjualan merupakan salah satu sumber daya manusia perusahaan yang berperan penting dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba, meningkatkan jumlah penjualan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam persaingan yang ada. Hanya saja untuk memiliki tenaga

penjualan yang berkualitas masih sedikit perhatian yang diberikan oleh perusahaan dalam mengelola tenaga penjualan.

Tenaga penjual yang handal dan kompeten sangat dibutuhkan untuk mencapai target penjualan yang ditetapkan yaitu, calon nasabah agar menggunakan produk perbankan, tenaga penjual harus mengerti kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Tenaga penjual harus bisa menjembatani hubungan antara perusahaan dengan nasabah disamping menjalankan fungsi rutin menjual produk barang maupun jasa, mereka juga harus mampu mengikuti perubahan kondisi pasar yang dapat berguna bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakannya.

Dukungan tenaga penjual menjadi sangat penting, mengingat tenaga penjual adalah ujung tombak perusahaan. Untuk memaksimalkan penjualan dan keuntungan, perusahaan akan memberikan target-target penjualan terhadap tenaga penjualnya. Diharapkan tenaga penjual memiliki kinerja tinggi dalam mencapai keberhasilan perusahaan.

Studi yang dilakukan oleh Johlke (2006) menemukan bahwa pengalaman dan pelatihan dasar seorang tenaga penjualan berpengaruh terhadap keterampilan penjualan. Kemampuan tenaga penjualan dengan perilaku penjualan adaptif (*adaptive selling*) berpengaruh positif dalam meningkatkan kinerja tenaga penjualan. Peranan tenaga penjual sangatlah penting dalam hal penjualan produk tabungan Simpedes ini. Tenaga penjual yang bisa memenuhi hasil maksimal bagi perusahaan tentunya memiliki keterampilan menjual (*selling skill*) yang baik, dimana keterampilan menjual yang dimiliki oleh tenaga penjualan akan bisa berkembang dan meningkat seiring pengalaman maupun pembelajaran yang dilakukan. Kemampuan seorang tenaga penjual dalam

melaksanakan tugas penjualannya diharapkan mampu membawa perusahaan mencapai hasil yang diinginkan, tentunya melalui keterampilan yang dimiliki. Sejalan dengan Abed dan Haghighi (2009) menyatakan peningkatan kinerja tenaga penjualan dikaitkan dengan penerapan beberapa perilaku tertentu yaitu, penjualan berorientasi pelanggan, perilaku penjualan adaptif (*adaptive selling*), dan strategi relasional yang dapat berpengaruh positif terhadap hubungan dengan pelanggan.

Berbeda hasil dengan penelitian yang dilakukan Singh R dan Gopal das (2013) menyatakan bahwa dalam penelitiannya tidak menemukan bukti hubungan positif antara *adaptive selling* dan kinerja tenaga penjualan. Singh R dan Gopal das (2013) menyatakan bahwa pengalaman bekerja dengan penjualan berorientasi pelanggan dapat membuat tenaga penjualan lebih meningkat kinerjanya. Sedangkan untuk kinerja tenaga penjualan yang kurang berpengalaman lebih baik dijelaskan dengan menggunakan kepuasan kerja dan penjualan berorientasi pada pelanggan dari pada perilaku menjual yg adaptif dari tenaga penjualan. Dalam studinya Zakaria, *et al* (2017) menunjukkan bahwa kinerja tenaga penjual dipengaruhi dengan keahlian atau kompetensi yang dimiliki tenaga penjual dan orientasi pelayanan terhadap pelanggan. Berikut penjelasan lebih detail pada tabel 1.2 *research gap* :



**Tabel 1.2**  
**Research Gap**

<b>Issue</b>	<b>Peneliti Terdahulu</b>	<b>Kesenjangan penelitian</b>
Pengaruh penjualan adaptif terhadap kinerja tenaga penjual	<i>Mark C. Johlke, (2006) Sales Presentation Skills and Salesperson Job Performance</i>	<i>Salesperson skill at using adaptive selling techniques and closing are related with increased performance</i>
	<i>Ghazaleh Moghareh Abed, Mohammad Haghighi, (2009) The Effect of Selling Strategies on Sales Performance</i>	
	<i>Sara Kavooosi, (2014) An Empirical Investigation of the Impact of Customer Orientation, adaptive selling behaviors, and job satisfaction on salespeople's performance: The Moderating Role of Selling Experience</i>	
	<i>Ramendra Singh, Gopal Das, (2013) The Impact of Job Satisfaction, Adaptive Selling Behaviors and costumer Orientation on Salesperson's Performance : Exploring The moderating Role of Selling Experience</i>	<i>experienced salesperson's performance is better explained using job satisfaction and costomer oriented selling rather than their adaptive slling behaviors</i>
	<i>Ibnu S. Zakaria, Augusty T. Ferdinand, Susilo Toto R. (2017) Strategi Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjual Melalui Aspek Kompetensi Teknik Tenaga Penjual, Sales Soft Capability, Orientasi Pelayanan dan Penjualan Adaptif (Studi Kasus pada Tenaga Penjual Transvision Area Distribusi Jateng &amp; DIY)</i>	

Sumber : ringkasan hasil penelitian terdahulu

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat dilihat adanya *research gap* antara perilaku penjualan adaptif (*adaptive selling*) terhadap kinerja tenaga penjualan. Penurunan kinerja merupakan pertanda buruk bagi tiap perusahaan dan pelaku usaha, bahkan dianggap awal kehancuran bagi perusahaan. Keberhasilan menjual produk perusahaan dipengaruhi oleh kepiawaian tenaga penjual dalam peranannya. Dengan memahami tenaga penjual dan hal hal yang mempengaruhi kinerjanya, diharapkan dapat meningkatkan kesuksesan penjualan perusahaan.

Untuk meningkatkan kinerja tenaga penjualan, perusahaan harus mempunyai kemampuan dalam mengelola faktor-faktor yang mendukung kinerja tenaga penjualan.

Faktor keberhasilan yang berkontribusi terhadap kinerja tenaga penjualan diantaranya, mendengarkan, menjual secara adaptif, menangani keberatan, dapat mencapai target, bernegosiasi dan mencari prospek (Johlke, 2006). Penelitian yang dilakukan Johlke mendapatkan hasil bahwa penjualan adaptif berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual. Variabel ini dipilih dengan alasan semakin tinggi penjualan adaptif seorang tenaga penjual, maka kinerja tenaga penjual tersebut akan meningkat. Perilaku penjualan adaptif adalah kemampuan penjual untuk memenuhi operasinya dengan kebutuhan bersama pembeli (Keillor dan Parker, 2000 dalam Kavoosi (2014:76). Spiro dan Weits (1990) dalam Kavoosi, (2014:76) mendefinisikan perilaku penjualan adaptif seperti yang terdiri dari mengumpulkan informasi tentang calon pelanggan, mengembangkan strategi penjualan, mengevaluasi dampak dari pesan ini, dan melakukan penyesuaian (dalam presentasi penjualan) berdasarkan evaluasi ini.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Bagi setiap perbankan maupun koperasi, penjualan produk perbankan merupakan suatu aktivitas yang utama. Hal ini dikarenakan dari kegiatan penjualan produk perbankan, bank memperoleh uang masuk (*cash inflow*) yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional untuk menunjang kelangsungan hidup perusahaan. Dalam mencapai target penjualan produk koperasi yang ditetapkan yaitu meyakinkan calon nasabah untuk menggunakan

produk yang ditawarkan, tenaga penjual harus mengerti kebutuhan dan keinginan nasabahnya.

Berdasarkan diatas masih adanya kontradiktif antara peneliti-peneliti sebelumnya dalam meningkatka kinerja penjual, serta kurang maksimalnya kinerja penjualan yang diberikan oleh sumber daya yang ada. Ukuran kinerja sering dikaitkan dengan keberhasilan dan kegagalan perusahaan dalam meraih tujuan pokok perusahaan diantaranya adalah memperoleh laba, meningkatkan jumlah penjualan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Berdasarkan masalah tersebut, maka yang menjadi masalah penelitian adalah "Bagaimana membangun sebuah model yang dapat digunakan untuk meningkatkan produk tabungan atau pembiayaan pada KSPPS Se-Kudus melalui perilaku penjualan adaptif ?".

Dari masalah penelitian yang telah disampaikan, maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah keterampilan menjual seorang tenaga penjual berpengaruh terhadap kemampuan berkomunikasi ?
2. Apakah perilaku penjualan adaptif seorang tenaga penjual berpengaruh terhadap kemampuan berkomunikasi ?
3. Apakah keterampilan menjual seorang tenaga penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan ?
4. Apakah perilaku penjualan adaptif seorang tenaga penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan ?
5. Apakah kemampuan berkomunikasi seorang tenaga penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan ?



6. Apakah keterampilan menjual seorang tenaga penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kemampuan berkomunikasi ?
7. Apakah perilaku penjualan adaptif seorang tenaga penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kemampuan berkomunikasi ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis keterampilan menjual seorang tenaga penjual terhadap kemampuan berkomunikasi.
2. Menganalisis perilaku penjualan adaptif seorang tenaga penjual terhadap kemampuan berkomunikasi.
3. Menganalisis keterampilan menjual seorang tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjualan.
4. Menganalisis perilaku penjualan adaptif seorang tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjualan.
5. Menganalisis kemampuan berkomunikasi seorang tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjualan.
6. Menganalisis keterampilan menjual seorang tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kemampuan berkomunikasi.
7. Menganalisis perilaku penjualan adaptif seorang tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kemampuan berkomunikasi.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

##### 1. Manfaat Secara Teoritis

- a. Mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan khususnya ilmu ekonomi kajian manajemen pemasaran.
- b. Secara teoritis memberikan bukti empiris ada tidaknya pengaruh keterampilan menjual, perilaku penjualan aktif, kemampuan berkomunikasi, dan kinerja tenaga penjualan.

##### 2. Manfaat Secara Praktis

- a. Sebagai bahan masukan data keterampilan menjual, perilaku penjualan aktif, kemampuan berkomunikasi, dan kinerja tenaga penjualan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih lanjut terkait dengan keterampilan menjual, perilaku penjualan aktif, kemampuan berkomunikasi, dan kinerja tenaga penjualan pada KSPPS Se-Kudus di masa yang akan datang. Penelitian ini dapat juga menjadi bahan referensi bagi KSPPS Se-Kudus dalam mengembangkan kinerja tenaga penjualan yang lebih baik dalam mencapai tujuan perusahaan.